SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA (Sala Cuarta)
de 21 de abril de 2004 *

En el asunto T-127/02,

Concept — Anlagen u. Geräte nach «GMP» für Produktion u. Labor GmbH, con domicilio social en Heidelberg (Alemania), representada por el Sr. G. Hodapp, abogado,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI), representada por el Sr. G. Schneider, en calidad de agente,

parte demandada,

que tiene por objeto un recurso presentado contra la resolución de la Sala Segunda de Recurso de la OAMI, de 18 de febrero de 2002 (asunto R 466/2000-2), relativa a la solicitud de registro como marca comunitaria de una marca figurativa que contiene el elemento denominativo «ECA»,

* Lengua de procedimiento: alemán.

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA
DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (Sala Cuarta),

integrado por el Sr. H. Legal, Presidente, la Sra. V. Tiili y el Sr. M Vilaras, Jueces;

Secretario: Sr. J. Plingers, administrador;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos y celebrada la vista el 26 de noviembre de 2003;

dicta la siguiente

Sentencia

Marco jurídico

1 El artículo 7 del Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO 1994, L 11, p. 1), en su versión modificada, dispone:

«1. Se denegará el registro de:

[...]

h) las marcas que, por falta de autorización de las autoridades competentes, deban ser denegadas en virtud del artículo 6 *ter* del Convenio de París;

[...]»

2 El artículo 6 *ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, de 20 de marzo de 1883, en su versión revisada y modificada (en lo sucesivo, «Convenio de París»), establece:

«1) a) Los países de la Unión [constituida por los países a los cuales se aplica el presente Convenio] acuerdan rehusar o anular el registro y prohibir, con medidas apropiadas, la utilización, sin permiso de las autoridades competentes, bien sea como marcas de fábrica o de comercio, bien como elementos de las referidas marcas, de los escudos de armas, banderas y otros emblemas de Estado de los países de la Unión, signos y punzones oficiales de control y de garantía adoptados por ellos, así como toda imitación desde el punto de vista heráldico.

b) Las disposiciones que figuran en la letra a) que antecede se aplican igualmente a los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de las organizaciones internacionales intergubernamentales de las cuales uno o varios países de la Unión sean miembros, con excepción de los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones que hayan sido objeto de acuerdos internacionales en vigor destinados a asegurar su protección.

c) Ningún país de la Unión podrá ser obligado a aplicar las disposiciones que figuran en la letra b) que antecede en perjuicio de los titulares de derechos adquiridos de buena fe antes de la entrada en vigor, en ese país, del

presente Convenio. Los países de la Unión no están obligados a aplicar dichas disposiciones cuando la utilización o el registro considerado en la letra a) que antecede no sea de naturaleza tal que haga sugerir, en el espíritu del público, un vínculo entre la organización de que se trate y los escudos de armas, banderas, emblemas, siglas o denominaciones, o si esta utilización o registro no es verosímilmente de naturaleza tal que haga inducir a error al público sobre la existencia de un vínculo entre quien lo utiliza y la organización.

[...]

3) [...]

b) Las disposiciones que figuran en la letra b) del párrafo 1) del presente artículo no son aplicables sino a los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de las organizaciones internacionales intergubernamentales que éstas hayan comunicado a los países de la Unión por medio de la Oficina Internacional.

[...]»

Antecedentes del litigio

3 El 16 de marzo de 1999, la demandante presentó ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI) una solicitud de registro de marca comunitaria, con arreglo al Reglamento nº 40/94.

4 La marca cuyo registro se solicitó es el signo figurativo que se reproduce a continuación:



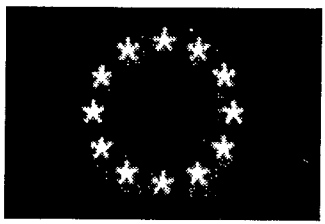
5 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro pertenecen a las clases 9, 41 y 42 a efectos del Arreglo de Niza, de 15 de junio de 1957, relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, en su versión revisada y modificada, y corresponden, para cada una de estas clases, a la descripción siguiente:

— Clase 9: «Hardware, software, soportes de datos con registros».

— Clase 41: «Organización y realización de coloquios, seminarios, simposios, congresos y conferencias; formación, enseñanza; asesoramiento en materia de formación y perfeccionamiento».

— Clase 42: «Elaboración, actualización y mantenimiento de programas de ordenador; diseño de programas de ordenador; asesoramiento en materia de ordenadores; alquiler de hardware y software para ordenadores; alquiler de tiempos de acceso a una base de datos informática».

6 Mediante escrito de 13 de septiembre de 1999, la examinadora informó a la demandante de que su marca no podía ser registrada en virtud del artículo 7, apartado 1, letra h), del Reglamento nº 40/94 debido a que contenía la imitación del símbolo del Consejo de Europa (reproducido a continuación). Estimaba que el círculo de estrellas característico de este símbolo conocido se reproducía en la marca solicitada y que esto inducía a creer que esta marca designaba una organización dependiente del Consejo de Europa o un programa concreto que éste había ordenado organizar o con el que cooperaba. A su juicio, las siglas «EC», que son la abreviatura de European Community y que aparecen en el acrónimo «ECA», confirman esta impresión. La examinadora señalaba asimismo que el emblema protegido a menudo sólo aparecía en blanco y negro, en copias.



7 Mediante escrito de 12 de noviembre de 1999, la demandante presentó observaciones sobre las objeciones de la examinadora.

8 Mediante resolución de 8 de marzo de 2000, la examinadora denegó la solicitud de registro invocando el artículo 7, apartado 1, letra h), del Reglamento nº 40/94.

9 El 5 de mayo de 2000, la demandante interpuso un recurso ante la OAMI contra la resolución de la examinadora, con arreglo al artículo 59 del Reglamento nº 40/94.

10 Mediante resolución de 18 de febrero de 2002 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Sala Segunda de Recurso desestimó el recurso. Consideró, fundamentalmente, que había una gran semejanza entre el círculo de estrellas del signo controvertido y el que figura en el emblema utilizado por el Consejo de Europa y la Comunidad Europea o la Unión Europea (en lo sucesivo, «emblema europeo»), así como entre las actividades de estas instituciones y los productos y servicios contemplados en la solicitud de registro, y que la combinación del círculo de estrellas y la sucesión de letras «E», «C» y «A» llevaría al consumidor a realizar una asociación de ideas.

Procedimiento y alegaciones de las partes

11 Mediante demanda presentada en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia el 18 de abril de 2002, la demandante interpuso el presente recurso.

12 La OAMI presentó su contestación a la demanda el 5 de agosto de 2002.

13 En el marco de las medidas de organización del procedimiento, se instó a la OAMI a presentar un documento. La OAMI accedió a dicha petición.

14 Los informes orales de las partes y sus respuestas a las preguntas formuladas por el Tribunal de Primera Instancia se oyeron en la vista celebrada el 26 de noviembre de 2003.

15 La demandante solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Anule la resolución impugnada.

— Condene en costas a la OAMI.

16 La OAMI solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Desestime el recurso.

— Condene en costas a la demandante.

Fundamentos de Derecho

Sobre la admisibilidad de ciertas alegaciones

17 Con carácter preliminar, en cuanto a las alegaciones a las que la demandante se remite en el punto 39 de su demanda, y que presentó en el procedimiento ante la OAMI, procede recordar que, en virtud del artículo 44, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Primera Instancia, la demanda debe contener una exposición sumaria de los motivos invocados. Esta referencia

debe ser lo suficientemente clara y precisa para permitir a la parte demandada preparar su defensa y al Tribunal de Primera Instancia pronunciarse sobre el recurso, en su caso, sin apoyarse en otras informaciones (sentencias del Tribunal de Primera Instancia de 5 de julio de 2000, Samper/Parlamento, T-111/99, RecFP pp. I-A-135 y II-611, apartado 27, y de 18 de octubre de 2001, X/BCE, T-333/99, Rec. p. II-3021, apartado 114).

18 Procede recordar que, aunque el cuerpo de la demanda pueda apoyarse y completarse, en aspectos específicos, mediante remisiones a partes de los documentos que se le adjuntan, una remisión global a otros escritos, incluso adjuntos a la demanda, no puede paliar la falta de elementos esenciales de la argumentación jurídica que, con arreglo a la disposición citada anteriormente, deben figurar en la demanda (sentencia X/BCE, citada en el apartado 17 *supra,* apartado 115, y auto del Tribunal de Primera Instancia de 21 de mayo de 1999, Asia Motor France y otros/Comisión, T-154/98, Rec. p. II-1703, apartado 49).

19 En el caso de autos, la demandante se limitó a indicar en el apartado 39 de su demanda que:

«Para evitar repetirme inútilmente y como complemento de los argumentos anteriormente desarrollados, me remito a todas las alegaciones formuladas por escrito hasta el momento en el procedimiento ante la [OAMI]. Estas alegaciones forman parte de la presente exposición expresa e íntegramente.»

20 De este modo, la demandante no señala los puntos concretos de la demanda que desea completar mediante esta remisión ni los anexos en los que afirma que se formulan dichas alegaciones.

21 En estas circunstancias, el Tribunal de Primera Instancia no debe buscar en los anexos los argumentos a los que la demandante podría referirse ni examinarlos, ya que dichos argumentos son inadmisibles.

Sobre el motivo único, basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra h), del Reglamento nº 40/94

22 La demandante sostiene, fundamentalmente, que la resolución impugnada infringe el artículo 7, apartado 1, letra h), del Reglamento nº 40/94, en la medida en que deniega el registro de una marca que no está comprendida en la prohibición de esta disposición. La argumentación de la demandante puede dividirse en dos partes. La primera se basa en la infracción del artículo 6 *ter,* apartado 1, letras a) y b), del Convenio de París y la segunda en la infracción del artículo 6 *ter,* apartado 1, letra c), de dicho Convenio.

Sobre la primera parte, basada en la infracción del artículo 6 *ter,* apartado 1, letras a) y b), del Convenio de París

— Alegaciones de las partes

23 La demandante sostiene que la denegación de registro en virtud del artículo 7, apartado 1, letra h), del Reglamento nº 40/94, en relación con el artículo 6 *ter* del Convenio de París, sólo es posible si en el caso de autos nos encontramos ante una imitación desde el punto de vista heráldico.

24 La demandante señala que el emblema europeo, protegido por el artículo 6 *ter* del Convenio de París, está concebido de forma precisa y detallada. Hace referencia a la descripción geométrica del emblema europeo, según la cual:

«El emblema consiste en una bandera rectangular de color azul, cuya longitud equivale a tres medios de su anchura. Doce estrellas doradas equidistantes forman un círculo imaginario cuyo centro se sitúa en el punto de intersección de las diagonales del rectángulo. El radio del círculo equivale a un tercio de la anchura de la bandera. Cada una de las estrellas de cinco puntas se inscribe en un círculo imaginario cuyo radio equivale a un dieciochavo de la anchura de la bandera. Todas las estrellas están en posición vertical, esto es, con una punta dirigida hacia arriba y otras dos sobre una línea recta imaginaria, perpendicular al asta de la bandera. La disposición de las estrellas se corresponde con la de las horas en la esfera de un reloj, y su número es invariable.»

25 La demandante se refiere asimismo a la descripción de la reproducción monocromática del emblema europeo, según la cual «si el negro es el único color disponible, deberá delimitarse la superficie del rectángulo con un borde negro y estampar las estrellas, también en negro, sobre fondo blanco.»

26 La demandante sostiene que la marca solicitada no es idéntica a este emblema. En consecuencia, estrictamente, la desestimación de la Sala de Recurso sólo estaría justificada si esta marca constituyese una imitación del emblema europeo desde el punto de vista heráldico, lo que, a su juicio, no sucede en este caso.

27 Según la demandante, el concepto «heráldico» significa «relativo a los escudos». Por tanto, debería tratarse de una imitación de escudos. La heráldica exige precisamente que los escudos no contengan ningún elemento denominativo, sino sólo elementos de color y figurativos («Heraldik» *Brockhaus Enzyklopädie in 24 Bänden,* 19ª edición, F.A. Brockhaus, Mannheim, 1989, volumen 9, p. 696).

28 La demandante alega que, dado que la marca solicitada contiene el elemento denominativo «ECA» y que la utilización de elementos denominativos en medio

de los escudos es ajena a la heráldica, la marca solicitada no puede constituir una imitación desde el punto de vista heráldico. La demandante se refiere a la doctrina según la cual sólo existe imitación desde el punto de vista heráldico si la marca conserva la naturaleza de un escudo y es percibida en el ámbito comercial como un emblema de Estado o como la denominación de una organización internacional intergubernamental a pesar de la modificación del emblema de Estado o de cualquier otro signo. Con arreglo a esta doctrina, la impresión heráldica de un emblema utilizado como marca (el estilo heráldico) desaparece, por ejemplo, cuando no se incluyen el escudo o la sigla oficial. El motivo de un emblema de Estado como tal puede utilizarse libremente con la condición de que la representación del motivo no constituya la imitación del emblema del Estado. (K.H. Fezer, *Beck'scher Kommentar zum Markenrecht,* Munich, 2001). En opinión de la demandante, si se suprime la bandera rectangular, representada mediante el fondo rectangular, la impresión heráldica del emblema desaparece.

29 La demandante menciona igualmente un proyecto de artículo redactado por el congreso de expertos de la Sociedad de Naciones con ocasión de la inclusión del concepto «imitación de un emblema de Estado» en el Convenio de París, que contenía el texto siguiente:

«A efectos del apartado primero [del artículo 6 *ter* del Convenio de París], sólo se considerarán imitaciones de emblemas de Estado o de escudos de armas las reproducciones que se distingan del original desde el punto de vista heráldico únicamente por características secundarias.»

30 Según la demandante, la intención del legislador era considerar que existía una imitación con arreglo a los principios del protocolo final del Convenio de París solamente cuando la diferencia con el emblema fuera insignificante desde el punto de vista heráldico y, por tanto, desde la perspectiva del escudo. Estima que no sucede así en el caso de autos.

31 Por otra parte, alega que el círculo de estrellas de la marca solicitada no es idéntico al del emblema europeo. Así, según la demandante, las medidas de las estrellas, los radios de los círculos y la proporción entre el radio de cada estrella y el del círculo de estrellas son claramente distintos.

32 Además, la demandante sostiene que, desde el punto de vista heráldico, es esencial que la bandera tenga siempre forma rectangular. Pues bien, la marca solicitada posee un fondo cuadrado que, a su juicio, no recuerda el fondo rectangular habitual de una bandera. Por otra parte, en las banderas no hay elementos denominativos.

33 La demandante sostiene que, desde el punto de vista heráldico, la marca solicitada no sólo se distingue del emblema europeo por características secundarias, sino por un elemento fundamental en relación con los que caracterizan normalmente una bandera o símbolo nacional. El elemento denominativo de la marca solicitada es precisamente este elemento que, como palabra clave simple y fácil de recordar, caracteriza normalmente a una marca en mayor medida que unas representaciones gráficas u otras, como un círculo de estrellas cualquiera.

34 Por tanto, la marca solicitada presenta características singulares marcadas que se distinguen claramente de las del emblema europeo. Según la demandante, la marca solicitada no representa el emblema europeo como tal, no contiene el emblema europeo como tal y tampoco constituye una imitación desde el punto de vista heráldico. Alega que, al contrario, la marca solicitada constituye un signo elaborado de una forma totalmente diferente que la OAMI asocia al emblema europeo simplemente porque también contiene un círculo formado por doce estrellas. Pues bien, ni el Consejo de Europa ni las Comunidades Europeas gozan de protección por lo que se refiere a la reproducción de un círculo de estrellas. La demandante sostiene que la protección comprende exclusivamente la representación de la bandera descrita con exactitud en la página Internet de la Unión Europea, a saber, un rectángulo con un círculo de estrellas situado en el centro, sin ningún elemento denominativo y con medidas precisas.

35 La OAMI hace referencia a la doctrina alemana, según la cual sólo puede hablarse de una imitación desde el punto de vista heráldico cuando una marca que conserve la naturaleza de un escudo de armas y sea percibida por el público como el emblema de un Estado o de una organización internacional intergubernamental, a pesar de la modificación del emblema de un Estado o de otro signo de este tipo (K.H. Fezer, *Beck'scher Kommentar zum Markenrecht*, Munich, 1999).

36 En consecuencia, la OAMI estima que la expresión «desde el punto de vista heráldico» significa que es preciso examinar únicamente la posible semejanza de los elementos heráldicos y no la similitud geométrica o gráfica de los signos. Según la OAMI, dos signos pueden ser visualmente diferentes, pero resultar idénticos desde el punto de vista heráldico. Por ejemplo, para un observador, el elemento heráldico de un caduceo puede revestir diversas formas perfectamente diferenciadas. En cambio, hay signos que pueden parecer similares desde el punto de vista visual, sin presentar ninguna semejanza desde el punto de vista heráldico, como sucede, por ejemplo, en el caso de la representación de grifos y águilas.

37 En cuanto a la apreciación de la marca solicitada, la OAMI estima que la Sala de Recurso confirmó acertadamente la denegación del registro, ya que la marca solicitada puede ser percibida como el signo de una organización de la Unión Europea o del Consejo de Europa.

38 La OAMI invoca la descripción heráldica del emblema europeo, que es la siguiente: «sobre campo azur, un círculo formado por doce estrellas de oro, cuyas cinco puntas no se tocan entre sí». Sostiene que, desde el punto de vista heráldico, la marca figurativa solicitada, que consiste en un círculo formado por doce estrellas que no se tocan entre sí, sólo se distingue de la descripción heráldica del emblema europeo en la medida en que el círculo de estrellas está representado en blanco sobre fondo negro y no incluye ningún elemento denominativo. Alega que la circunstancia de que el círculo de estrellas de la marca solicitada se represente sobre un fondo cuadrado carece de importancia, dado que la descripción

heráldica mencionada no especifica la forma del fondo, sino su color (azur). Desde el punto de vista heráldico, lo mismo puede decirse de la separación entre las estrellas. Según la OAMI, lo relevante es que en los dos símbolos se representan estrellas de cinco puntas. La OAMI concluye que existe una gran semejanza entre los dos signos, de modo que se puede considerar que la representación gráfica de la marca solicitada constituye una imitación desde el punto de vista heráldico.

— Apreciación del Tribunal de Primera Instancia

39 Es preciso señalar que el objeto del artículo 6 *ter*, apartado 1, letra a), del Convenio de París es impedir el registro y la utilización de marcas de fábrica o de comercio que sean idénticas a emblemas de Estado o que se asemejen a ellos en ciertos aspectos. En efecto, tal registro o utilización vulneraría el derecho del Estado a controlar el uso de los símbolos de su soberanía y, además, podría inducir a error al público en cuanto al origen de los productos a los que las marcas se aplicaran. Esta protección se extiende a los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de las organizaciones internacionales intergubernamentales en virtud del artículo 6 *ter*, apartado 1, letra b), del Convenio de París.

40 Procede señalar que los emblemas de Estado y de organizaciones internacionales intergubernamentales están protegidos no sólo contra el registro y la utilización de marcas idénticas o que los incluyan, sino también contra la utilización en estas marcas de toda imitación de los emblemas desde el punto de vista heráldico.

41 Por tanto, es preciso destacar que, a diferencia de lo que sostiene la demandante, en el caso de autos, el hecho de que la marca solicitada contenga asimismo un elemento denominativo no impide, por sí solo, que se aplique dicho artículo. Lo importante es saber si, en el presente caso, la marca solicitada contiene un

elemento que pueda ser considerado un emblema europeo o una imitación de éste desde el punto de vista heráldico. Este elemento no debe ser necesariamente idéntico al emblema de que se trate. La circunstancia de que el emblema en cuestión se haya estilizado o de que se utilice solamente una parte del emblema, no impide que se trate de una imitación desde el punto de vista heráldico.

42 La demandante se refiere a la descripción geométrica y a la reproducción monocromática del emblema europeo para sostener que la marca solicitada no es idéntica al emblema europeo.

43 Sin embargo, procede señalar que la demandante no hace referencia a la descripción heráldica proporcionada por el Consejo de Europa, que es del tenor siguiente:

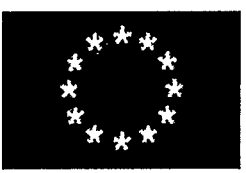
«Sobre campo azur, un círculo formado por doce estrellas de oro, cuyas cinco puntas no se tocan entre sí.»

44 Pues bien, debe destacarse que, al realizar una comparación desde el «punto de vista heráldico», procede referirse a la descripción heráldica y no a la descripción geométrica que es, por naturaleza, mucho más detallada. Pues bien, desde el punto de vista heráldico, la marca solicitada sólo se distingue de la descripción heráldica del emblema europeo en la medida en que el círculo de estrellas de la marca solicitada se representa en blanco sobre fondo negro.

45 A este respecto, dado que la solicitud de registro no menciona los colores de la marca solicitada, ésta podría representarse con cualquier combinación de colores y, por tanto, también con un fondo azul y estrellas amarillas o doradas. En consecuencia, la parte de la descripción heráldica relativa a los colores es irrelevante en el caso de autos.

46 Además, es preciso tener en cuenta que el emblema europeo aparece a menudo en reproducciones en blanco y negro, en las que el fondo azur y las estrellas de oro no aparecen en color.

47 Por tanto, los signos que deben compararse son los siguientes:





48 Por lo que se refiere al círculo de estrellas, la demandante sostiene que el círculo de estrellas de la marca solicitada no es idéntico al del emblema europeo, dado que las medidas de las estrellas, los radios de los círculos de estrellas y la proporción entre el radio de cada estrella y el del círculo de estrellas son claramente distintos.

49 Sin embargo, en el apartado 20 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso declaró acertadamente que «tanto el círculo de estrellas protegido como la marca figurativa solicitada contienen doce estrellas» y que, además, «las estrellas son del mismo tipo, ya que se trataba de estrellas uniformes, del mismo tamaño y de cinco puntas, de las que una se dirige hacia arriba». En efecto, resulta indiferente que el círculo de estrellas de la marca solicitada no sea idéntico al del emblema europeo cuando el público afectado puede tener la impresión de que se trata de una imitación de este círculo desde el punto de vista heráldico. Por tanto, la circunstancia de que estas estrellas no sean exactamente del mismo tamaño no es determinante. En consecuencia, procede desestimar esta alegación de la demandante.

50 Por lo que se refiere a la alegación de la demandante según la cual el fondo cuadrado que posee la marca solicitada la distingue del emblema europeo, que tiene un fondo rectangular, como las banderas, procede señalar, como ha hecho acertadamente la OAMI, que esta supuesta diferencia carece de pertinencia, dado que la descripción heráldica no especifica la forma del fondo del emblema europeo. Además, el que predomina es más bien el círculo de estrellas y no el fondo. Por otra parte, aunque en principio se tratara de una bandera del Consejo de Europa, el círculo de estrellas no sólo se considera una bandera sino también el símbolo, el emblema, de la Unión Europea. Por tanto, esta alegación de la demandante no puede ser acogida.

51 En estas circunstancias, procede considerar que la marca solicitada constituye una imitación del emblema europeo desde el punto de vista heráldico. En consecuencia, la primera parte del motivo carece de fundamento.

Sobre la segunda parte, basada en la infracción del artículo 6 *ter,* apartado 1, letra c), del Convenio de París

— Alegaciones de las partes

52 La demandante sostiene que la OAMI no hizo uso del margen de apreciación que le confiere el artículo 6 *ter,* apartado 1, letra c), segunda frase, del Convenio de París. Alega que, aun en el supuesto de que hubiera una imitación del emblema europeo desde el punto de vista heráldico, esta disposición no exige que la marca solicitada sea denegada. Según la demandante, en el caso de autos resulta fundamental que los productos y servicios que cubre la marca solicitada se distinguen claramente de las misiones originales del Consejo de Europa y de la Unión Europea. Sostiene que no hay semejanza de productos o servicios entre las misiones originales de poder público y los servicios asociados que resultan, como la asistencia financiera.

53 Por lo que se refiere al elemento denominativo «ECA», que figura en primer plano en la marca solicitada, la demandante afirma que no tiene ningún significado desde un punto de vista comercial. Este elemento denominativo no constituye una abreviatura corriente o habitual y, a lo sumo, es conocido con significados distintos. Alega que la combinación de las letras «E», «C» y «A» es también una abreviatura de «Economic Cooperation Administration», denominación de la antigua autoridad de ejecución del plan Marshall, ajena a la Unión Europea. La demandante cita otros significados posibles, como «Early Compatibility Analysis», «Earth Coverage Antenna», «Economic Commission for Africa», «Electrical Contractors Association», «Export Credit Agency» y «European Crystallographic Association», y remite a páginas de Internet y a documentos que se adjuntan en anexo a la demanda. Dado que las siglas «ECA» se utilizan en toda Europa por las más diversas razones sociales, el comercio no estaría expuesto a confusiones con las organizaciones estatales y menos aún con la Comunidad Europea o la Comisión Europea.

54 Por otra parte, la demandante incluye en anexo a la demanda marcas registradas que contienen un círculo de doce estrellas y elementos denominativos y sostiene que estas marcas no pueden confundirse con el emblema europeo. Asimismo, en anexo a la demanda, hace constar marcas alemanas que contienen un círculo de estrellas y que debido a sus elementos denominativos o figurativos adicionales, remiten a la Unión Europea en mayor medida que la marca solicitada. Precisa que la Markengesetz (Ley de marcas alemana) contiene disposiciones idénticas a las del Reglamento nº 40/94.

55 La demandante sostiene que el registro de estas marcas nacionales o internacionales demuestra, en primer lugar, que la utilización de un círculo de estrellas en una marca figurativa con un fondo de color y otro elemento denominativo no se considera contraria al artículo 6 *ter*, apartado 1, letra c), del Convenio de París y, en segundo lugar, que aunque pudiera admitirse una semejanza, todas las oficinas de marcas y patentes europeas ejercitan su facultad de apreciación con arreglo al artículo 6 *ter*, apartado 1, letra c), del Convenio de París considerando que marcas concebidas como la marca solicitada no sugieren al público, un vínculo entre la organización de que se trata y los escudos de armas, banderas, emblemas, siglas o denominaciones. En opinión de la demandante, todas estas oficinas consideran que no es verosímil que la utilización o registro puedan inducir a error al público sobre la existencia de un vínculo entre quien utiliza la marca y la organización.

56 La demandante concluye que la marca solicitada no puede sugerir al público, un vínculo entre la organización de que se trata y los emblemas, siglas o denominaciones. Tampoco puede inducir a error al público sobre la existencia de un vínculo entre la demandante y esta organización.

57 La OAMI destaca que el artículo 6 *ter*, apartado 1, letra c), del Convenio de París no se refiere, en absoluto, a la existencia de riesgo de confusión a efectos del Derecho de marcas. Debido a la necesidad particular de proteger la categoría específica de los signos utilizados como emblemas de los Estados y de las organizaciones internacionales, la existencia de una semejanza o de una identidad de los productos y servicios no constituye una condición de aplicación de la norma. Lo único relevante es determinar si se puede inducir a error al público sobre la existencia de un vínculo entre el titular de la marca y el titular del emblema de Estado o internacional. Según la OAMI, no sucede así cuando a la vista de los productos y servicios solicitados y del sector de actividad de la organización internacional, pueda excluirse la posibilidad de que un consumidor piense que existe un vínculo entre dichos productos y servicios y la organización. Alega que la diferencia evidente entre los sectores de actividad del titular de la marca y de la organización internacional puede utilizarse como argumento a favor de la inexistencia de un posible vínculo, a ojos del público, entre dicho titular de la marca y la referida organización internacional.

58 Por tanto, según la OAMI, es necesario determinar si basta que se añada un elemento denominativo y que la representación se realice en blanco y negro para excluir la aplicación del artículo 6 *ter* del Convenio de París debido a que, manifiestamente, la utilización o registro no puede inducir a error al público sobre la existencia de un vínculo entre quien utiliza la marca y la organización.

59 A este respecto, la OAMI sostiene que no procede determinar si el acrónimo «ECA» posee diversos significados, sino demostrar si la marca puede inducir a error al público sobre la existencia de un vínculo entre quien la utiliza y la organización.

60 Por otra parte, la OAMI se opone a la alegación de la demandante según la cual la utilización de un círculo de estrellas sobre fondo de color junto con un elemento denominativo no puede considerarse una infracción del artículo 6 *ter*, apartado 1, letra b), del Convenio de París en virtud de la práctica de las oficinas internacionales de marcas.

61 La OAMI subraya que ha denegado el registro de varias marcas también a causa de su semejanza con el emblema europeo. Los ejemplos que la OAMI adjunta en anexo a la contestación a la demanda muestran que cada una de estas resoluciones se basaba en la existencia de un riesgo de asociación.

62 Según la OAMI, de lo anterior resulta que la violación del principio de no discriminación no puede constituir el objeto de un recurso [sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 27 de febrero de 2002, Streamserve/OAMI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec. p. II-723, apartado 66]. Dado que se trata de una resolución que dimana de una competencia reglada, las resoluciones anteriores no pueden tomarse como referencia. Añade así que, aunque las resoluciones anteriores fueran conformes a Derecho y se trate efectivamente de asuntos similares, la resolución impugnada sólo puede anularse a causa de una aplicación errónea del Derecho y no a causa de una violación cualquiera del principio de no discriminación.

— Apreciación del Tribunal

63 Procede recordar que el artículo 6 *ter*, apartado 1, letra c), segunda frase, del Convenio de París prevé la posibilidad, en el caso del emblema de una organización internacional, de no prohibir el registro de una marca si no puede sugerir, a ojos del público, un vínculo entre la organización de que se trate y los escudos de armas, banderas, emblemas, siglas o denominaciones, o si no es verosímil que pueda inducir a error al público sobre la existencia de un vínculo entre quien utiliza la marca y la organización.

64 La demandante se equivoca cuando afirma que la OAMI no ejercitó la facultad de apreciación derivada de dicha disposición. En efecto, en el apartado 24 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso declaró lo siguiente:

«Para determinar si el público que ha de tomarse en consideración relacionará la marca figurativa con las organizaciones intergubernamentales de que se trata o si la asociación que supuestamente realice entre la demandante y dichas organizaciones podría inducirle a error cuando se encuentre ante la marca figurativa en el contexto de los productos y servicios que designa, debe examinarse la impresión de conjunto que produce la marca. Para responder afirmativamente a esta cuestión es preciso que cuando el público afectado se encuentre ante la marca en su conjunto, es decir, ante sus elementos figurativos y denominativos, la considere una referencia al signo protegido o a las organizaciones que lo utilizan. Esta apreciación debe tener en cuenta asimismo la lista de productos y servicios incluida en la demanda.»

65 Del apartado citado y de los apartados 25 a 29 de la resolución impugnada, se deduce que, aunque la Sala de Recurso no se refiriese expresamente al artículo 6 *ter*, apartado 1, letra c), del Convenio de París, examinó si la marca solicitada podía sugerir, a ojos del público, un vínculo entre dicha marca y el Consejo de Europa o la Comunidad Europea o si podía engañar al público sobre la existencia de un vínculo entre la demandante y el Consejo de Europa o la Comunidad Europea. Concluyó que, en efecto, el registro y utilización de la marca solicitada tendían a dar la impresión, al público que debe tomarse en consideración, de que existía un vínculo entre la marca solicitada y el Consejo de Europa o la Comunidad Europea.

66 A este respecto, la Sala de Recurso consideró que, habida cuenta de los productos y servicios para los que la demandante solicitó el registro, el público afectado era tanto el gran público como el público especializado. En efecto, los cursos, por ejemplo, podrán dirigirse a un público especializado claramente determinado o al gran público, según la forma en que se den y los temas que traten.

67 Por otro lado, a diferencia de lo que afirma la demandante, la Sala de Recurso declaró que había coincidencias entre la lista de los productos y servicios de ésta y las actividades del Consejo de Europa y de la Comunidad Europea o de la Unión Europea. En particular, la Sala de Recurso se refirió al *Diario Oficial de las Comunidades Europeas,* que puede adquirirse previo pago en CD-ROM, es decir, en un soporte de datos grabado; a los seminarios, programas de instrucción y conferencias propuestas por el Consejo de Europa y la Comunidad Europea en los ámbitos más diversos, así como a una gran cantidad de bases de datos que estas instituciones ponen a disposición del público, especialmente EUR-Lex.

68 Debe señalarse que, dada la gran variedad de los servicios y productos que el Consejo de Europa y la Unión Europea o la Comunidad Europea pueden ofrecer, la naturaleza de los productos o servicios para los que se solicitó el registro no excluye la posibilidad de que el público afectado crea que existe un vínculo entre la demandante y estas instituciones. Por tanto, la Sala de Recurso concluyó acertadamente que el registro de la marca solicitada podía dar al público la impresión de que existía un vínculo entre la marca solicitada y las instituciones de que se trata.

69 Por lo que se refiere al elemento denominativo «ECA», es preciso señalar que la existencia del acrónimo «ECA» en el centro del signo de la marca solicitada confirma la impresión de que existe un vínculo entre la demandante y la Unión Europea o la Comunidad Europea. En efecto, como ha declarado la OAMI, la abreviatura «EC» remite directamente a la Comunidad Europea (European Community), al menos en la parte anglófona de la Unión Europea. Este acrónimo se identifica con la Comunidad Europea incluso fuera del Reino Unido. Además, el acrónimo «ECA» puede referirse al Tribunal de Cuentas (European Court of Auditors). La impresión de que existe un vínculo entre la demandante y la Unión Europea o la Comunidad Europea no desaparece porque se añada el elemento denominativo «ECA» dentro del círculo de estrellas, sino todo lo contrario. Esta impresión la crea el círculo de estrellas, de modo que, al añadir un elemento denominativo que comienza por EC o CE, que podría designar cualquier agencia, órgano o programa de la Unión Europea o de la Comunidad Europea, dicha impresión permanece. Por tanto, la alegación del demandante relativa al elemento denominativo «ECA» carece de fundamento.

70 En cuanto a los registros nacionales anteriores invocados por la demandante, debe recordarse que, como se desprende de la jurisprudencia, el régimen comunitario de marcas es un sistema autónomo, que está constituido por un conjunto de normas y que persigue unos objetivos específicos, pues su aplicación es independiente de todo sistema nacional [sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 5 de diciembre de 2000, Messe München/OAMI (electrónica), T-32/00, Rec. p. II-3829, apartado 47]. Por consiguiente, el carácter registrable de un signo como marca comunitaria sólo puede apreciarse sobre la base de la normativa comunitaria pertinente. Por lo tanto, la OAMI y, en su caso, el juez comunitario, no están vinculados por una decisión adoptada en un Estado miembro, ni en un país tercero, que admita el carácter registrable de ese mismo signo como marca nacional [sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 7 de febrero de 2002, Mag Instrument/OAMI (Forma de las linternas), T-88/00, Rec. p. II-467, apartado 41]. Los registros ya realizados en los Estados miembros constituyen elementos que, al no ser decisivos, tan sólo pueden ser tomados en consideración para el registro de una marca comunitaria [sentencias del Tribunal de Primera Instancia de 16 de febrero de 2000, Procter & Gamble/OAMI (Forma de jabón), T-122/99, Rec. p. II-265, apartado 61; de 31 de enero de 2001, Sunrider/OAMI (VITALITE), T-24/00, Rec. p. II-449, apartado 33; de 19 de septiembre de 2001, Henkel/OAMI (Pastilla redonda roja y blanca), T-337/99, Rec. p. II-2597, apartado 58, y de 5 de marzo de 2003, Unilever/OAMI (pastilla ovoide), T-194/01, Rec. p. II-383, apartado 68]. *A fortiori* cabe aplicar las mismas consideraciones a los registros de otras marcas distintas de la solicitada en el caso de autos.

71 En cuanto a la práctica de la propia OAMI, según la jurisprudencia, las resoluciones sobre el registro de un signo como marca comunitaria que las Salas de Recurso deben adoptar, en virtud del Reglamento nº 40/94, dimanan de una competencia reglada y no de una facultad discrecional. Así pues, la posibilidad de registrar un signo como marca comunitaria debe apreciarse únicamente a la luz de dicho Reglamento, tal como lo ha interpretado el juez comunitario, y no sobre la base de una práctica anterior de las Salas de Recurso [sentencia STREAMSERVE, apartado 62 *supra,* apartado 66; sentencias de 20 de noviembre de 2002, Bosch/OAMI (Kit Pro y Kit Super Pro), asuntos acumulados T-79/01 y T-86/01, Rec. p. II-4881, apartado 32, y de 30 de abril de 2003, Axions y Belce/OAMI (Formas de un puro de color marrón y de un lingote dorado), asuntos acumulados T-324/91 y T-110/02, Rec. p. II-1897, apartado 51].

72 En cualquier caso, debe observarse que si bien se admite que los motivos de hecho o de Derecho que figuran en una resolución anterior pueden constituir argumentos en apoyo de un motivo relativo a la infracción de una disposición del Reglamento nº 40/94 (sentencias STREAMSERVE, apartado 62 *supra*, apartado 69, y Kit Pro y Kit Super Pro, apartado 71 *supra*, apartado 33), procede señalar que, en el caso de autos, la demandante no ha alegado la existencia, en las resoluciones nacionales o en las resoluciones anteriores de las Salas de Recurso que invoca, de motivos que puedan desvirtuar la respuesta que anteriormente se ha dado al motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra h), del Reglamento nº 40/94 (sentencia Formas de un puro de color marrón y de un lingote dorado, apartado 71 *supra*, apartado 52).

73 Por tanto, las alegaciones de la demandante basadas exclusivamente en la existencia de registros realizados en Alemania, en otros países y a nivel comunitario son irrelevantes.

74 En consecuencia, la segunda parte del motivo es infundada.

75 Por consiguiente, el recurso debe desestimarse en su totalidad.

Costas

76 A tenor del artículo 87, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Primera Instancia, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Por haber sido desestimadas las pretensiones de la demandante, procede condenarla a cargar con sus propias costas y con las de la OAMI, conforme a lo solicitado por ésta.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA (Sala Cuarta),

decide:

1) **Desestimar el recurso.**

2) **Condenar en costas a la demandante.**

Legal Tiili Vilaras

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 21 de abril de 2004.

El Secretario

H. Jung

El Presidente

H. Legal